

BAB 4

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Bank Mandiri adalah lembaga keuangan yang sangat memperhatikan lingkungan sekitar dengan program CSR yang berlandaskan *people*, *profit*, dan *planet*. Bank Mandiri memiliki kesadaran betul akan pentingnya kegiatan CSR agar dapat melestarikan lingkungan dan membantu mensejahterakan kehidupan masyarakat. Dengan program CSR Bank Mandiri telah mendapatkan penghargaan dari departemen sosial RI sebagai program CSR terbaik. Kegiatan CSR yang sudah ada sejak tahun 2007 ini membuat banyak kehidupan perekonomian masyarakat menjadi lebih baik dengan adanya program Mandiri bersama Mandiri dan terbukti ketika Bank Mandiri membangun infrastruktur di sentra pengerajin bambu dan banyak masyarakat yang lebih baik perekonomiannya (*profit*), sedangkan dengan program Mandiri Pendidikan dan Kewirausahaan, Bank Mandiri dapat memajukan dan mendukung pendidikan yang berkualitas di Indonesia dan menciptakan pemimpin masa depan yang siap dengan persaingan global, selain itu Bank Mandiri bekerja sama dengan universitas dan sekolah untuk memberikan seminar tentang *leadership* dan edukasi tentang perbankan untuk siswa di sekolah

(*people*). Dan yang terakhir, program Fasilitas Ramah Lingkungan yang dilakukan dengan penanaman pohon bakau di daerah yang abrasi dan menciptakan energi yang terbarukan dan penyediaan air bersih dan dalam hal ini Bank Mandiri bekerja sama dengan Pemerintah untuk menghidupkan kembali Indonesia dengan menanam satu milyar pohon, menciptakan lahan eco wisata dan memberdayakan masyarakat agar lebih peduli dengan lingkungan sekitar (*planet*). Dengan demikian citra positif akan terbentuk dari adanya ketiga program CSR yang diberikan oleh Bank Mandiri. Selain itu pembentukan citra positif terbukti dengan pemenuhan enam dimensi utama dalam mengukur *Corporate Image* yang dilakukan Bank Mandiri. Ketika ke enam dimensi tersebut terpenuhi maka citra perusahaan yang positif juga akan terbentuk. Dengan demikian program CSR yang dilakukan Bank Mandiri terbukti membentuk citra perusahaan yang positif bagi Bank Mandiri.

4.2 Saran

Dari kegiatan CSR yang dilakukan Bank Mandiri terdapat beberapa kekurangan yang dapat di benahi secara cepat oleh Bank Mandiri antara lain :

1. Kegiatan CSR Bank Mandiri dalam hal pendidikan sebaiknya tidak sebatas memberikan bantuan dan penghargaan pada para siswa dan guru tetapi juga

sebaiknya Bank Mandiri membuat kompetisi yang bergengsi antar sekolah seperti olimpiade sains untuk siswa dan guru agar dapat terlihat kualitas pendidikan di Indonesia dan secara tidak langsung akan memotivasi guru dan siswa untuk menjadi lebih baik

2. Mengadakan event rutin yang menarik bagi pengunjung untuk datang ke tempat wisata pengrajin di Indonesia sehingga masyarakat dapat lebih tau akan adanya wisata kerajinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. L., 2000, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara
- Ardianto, dan Machfudz., 2011, *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ardianto, Elvinaro., 2011, *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Farid Yuniar Nugroho, 2011, *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*, Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”,
- Hawkins. et al., 2000, *Consumer Behavior: Building Market Strategy*, 8th edition. Boston : Irwin/Mc Graw Hill.
- Initiative, 2002, *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), http://tri_s.staff.gunadarma.ac.id, di akses tanggal 22 Maret 2014
- Jatmiko, I., 2011, *Kajian Citra Perusahaan Melalui Kegiatan Corporate Social Responsibility Pada Bank “X” Bogor*, Skripsi, Bogor: Program Sarjana Alih Jenis Manajemen Bogor.
- Jefkins, F., 1995, *Public Relation*, Erlangga, Jakarta.
- _____. 2003. *Public Relation*. Erlangga. Jakarta.

- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Grafiti
- Kotler, P. & Lee, N. 2005. *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. New Jersey: John Wiley & Son, Inc.
- Kotler. P. , & Nance, L, 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause: John Wiley&SonsInc*, jurnal aplikasi bisnis, Vol. 2 No. 2, April 2012
- Nova, Firsan, 2011, *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ogi Sulistian, 2011, Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter, Kuningan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan, jurnal manajemen
- Penghargaan Bank Mandiri,
www.bankmandiri.co.id/corporate01/about_awards.asp,
 di akses tanggal 20 Maret 2014
- Rakhmat, J. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Rosdakarya. Bandung
- Roslina. 2010. Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan serta Pengukurannya. Dalam Jurnal Bisnis & Manajemen vol.6 no.3, Mei 2010.
- Ruslan, R. 1994. *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Kritis dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Balai Aksara.

- Semuel, H., dan Wijaya, E., 2008, *Corporate Social Responsibility, Purchase Intention dan Corporate Image* pada Restoran di Surabaya dari Prespektif Pelanggan, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 3, No. 1, April: pp. 35-54
- Setiawan, 2012, *Corporate Social Responsibility* Astra Berbagi Bersama Bangsa,
<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2012-1-00831-MC%20Bab2001.pdf>, di akses tanggal 21Maret 2014
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2007. Dasar – Dasar Public Relations.Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Solihin, I., 2008, *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Salemba Empat, Jakarta.
- Spector, Aaron J., 1961, Basic Dimensions of the Corporate Image. *Journal of Marketing*, 25.
- Suharto, E., 2008, Menggagas Standar Audit Program CSR. Jurnal. 2008.
- Sulistyaningtyas, I, D., 2006, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Program Kampanye Sosial, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.3 No.1,63-76
- UUPT, 2007,T. Romi Marnelly, April 2012 , *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia*, JURNAL APLIKASI BISNIS, Vol.2No.2,April 2012

Wibisono, 2007, Membedah Konsep dan Aplikasi *Corporate Social Responsibility*, Surabaya: Media Grapka

Widjaja. G, &Yeremia, A. P, 2008. Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR. Jakarta: Forum Sahabat, jurnal aplikasi bisnis, Vol. 2 No. 2, April 2012